

Aufträge ablehnen, ohne Kunden zu verprellen

So schön es ist, ein gut gefülltes Auftragsbuch zu haben – es gibt Situationen, in denen Sie einen Auftrag besser ablehnen: etwa wenn der gebotene Preis zu niedrig ist, der Kunde etwas verlangt, das Sie nicht gut ausführen können, oder es terminlich zu eng wird. Aber natürlich wollen Sie den Kunden durch Ihre Absage nicht verprellen.

Das Beste ist dann, dem Kunden die Wahrheit zu sagen. Allerdings sollten Sie die Absage diplomatisch verpacken. Werben Sie beim Kunden um Verständnis. So halten Sie sich die Tür für spätere Aufträge offen.

Häufig geht es darum, dass der Kunde den Preis drücken möchte. Dann erläutern Sie ihm, weshalb Sie nicht weiter mit dem Preis heruntergehen können. Eine solche Absage könnte so aussehen:



Musterformulierung

Sehr geehrte Frau ...,

ich bedanke mich für Ihre Anfrage für die Anfertigung eines Terrassengeländers und das damit entgegengebrachte Vertrauen.

Sie wissen, dass ich den Auftrag gern für Sie erledigen würde. Allerdings kann ich bei dem von mir kalkulierten Preis keine weiteren Abschläge machen. Das Angebot ist bereits extrem knapp kalkuliert. Die Preise für verzinkten Stahl sind jedoch in den letzten Monaten sehr stark gestiegen. Die zusätzlichen Kosten kann ich leider nicht vollständig auffangen.

Da ich keine Abstriche bei der Qualität machen möchte, bitte ich um Verständnis dafür, dass ich den Auftrag zu den von Ihnen genannten Konditionen nicht ausführen kann. Ich freue mich aber, wenn ich Ihnen bei künftigen Arbeiten helfen kann.

Kundenbindung

3 Sofort-Tipps, mit denen Sie mehr Kundennähe schaffen

Persönlicher Service verspricht mehr Kundentreue, als Rabatte es können. Und dabei muss der Service gar nicht aufwändig sein. Probieren Sie es mit diesen 3 Tipps:

1. Lächeln Sie

Viel zu häufig blicken Kunden in Gesichtern von gestressten und genervten Verkäufern. Wie wohltuend ist es doch, stattdessen ein Lächeln zu sehen: Nichts schafft eine positivere Atmosphäre für Ihre Kundenberatungen und Verkaufsgespräche als ein freundliches Lächeln. Unterschätzen Sie das nie!

2. Bedanken Sie sich

Es hört sich selbstverständlich an, aber danken Sie Kunden wirklich immer für ihren Einkauf, für einen

Auftrag? Ein Dank zeigt dem Kunden, dass Sie ihn schätzen, und rückt die gesamte Geschäftsbeziehung in ein gutes Licht. Noch besser: Bieten Sie von vornherein auch an, bei Fragen oder Problemen persönlich zu helfen – im Gespräch oder schriftlich im Angebotsschreiben. Das schafft zusätzliches Vertrauen.

3. Begeistern Sie Kunden mit unerwarteten Leistungen

Ein zufriedener Kunde hat bekommen, was er erwartet – ein begeisterter Kunde etwas mehr: Der Preis war etwas niedriger als im Angebot, oder es gab eine kostenlose Zusatzleistung oder ein Werbegeschenk. Beschenken Sie nicht nur den Kunden selbst, sondern denken Sie auch an die Kinder des Kunden – das wird weitererzählt.



Werbe-Tipp des Monats



Guido Steimel
Werbetexter
Hennef
www.textmenues.de

Sprechen Sie Ihren Kunden an, statt über sich selbst zu erzählen

Ihr Kunde will, dass Sie ihn beachten und ernst nehmen. In Ihren Werbebotschaften punkten Sie daher mit einer direkten Ansprache. Sprechen Sie den Empfänger Ihrer Werbebotschaft so an, als würden Sie persönlich mit ihm reden! Kennen Sie sogar seinen Namen? Dann nennen Sie ihn! So zeigen Sie, dass Sie Ihren Ansprechpartner wertschätzen.

Nehmen Sie sich selbst zurück! Schreiben Sie also nicht: „Wir machen ...“, „Wir haben ...“, „Unsere Leistungen ...“, sondern: „Sie erhalten ...“, „Sie nutzen ...“, „Ihre Vorteile ...“. **Negativ-Beispiel:** „Wir, die Firma Muster, sind seit 35 Jahren im Bereich XY tätig. Wir machen ... Wir können ... Wir haben ... Unsere Leistungen erbringen wir für kleine und mittelständische Unternehmen. Uns gelingt es täglich ... Die Wünsche unserer Kunden sind unser Maßstab.“

Viel besser fühlt sich der Kunde so angesprochen: „Sie profitieren von 35 Jahren Erfahrung im Bereich XY. Sie bekommen ... Ihre Vorteile: ... Sie erhalten folgende 5 spezielle Leistungen: ... Bitte nennen Sie uns all Ihre Wünsche, damit Sie einen maßgeschneiderten Service genießen können.“